

学校编码: 10384

分类号_____密级_____

学 号: 20051300240

UDC_____

厦 门 大 学

硕 士 学 位 论 文

《良友》画报广告研究

A Study of Advertisements in the Young Companion

罗 妍

指导教师姓名: 朱健强 副教授

专 业 名 称: 传 播 学

论文提交日期: 2008 年 4 月

论文答辩日期: 2008 年 月

学位授予日期: 2008 年 月

答辩委员会主席: _____

评 阅 人: _____

2008 年 4 月

厦门大学学位论文原创性声明

兹提交的学位论文，是本人在导师指导下独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考的其他个人或集体的研究成果，均在文中以明确方式标明。本人依法享有和承担由此论文产生的权利和责任。

声明人（签名）：

年 月 日

厦门大学学位论文著作权使用声明

本人完全了解厦门大学有关保留、使用学位论文的规定。厦门大学有权保留并向国家主管部门或其指定机构送交论文的纸质版和电子版，有权将学位论文用于非赢利目的的少量复制并允许论文进入学校图书馆被查阅，有权将学位论文的内容编入有关数据库进行检索，有权将学位论文的标题和摘要汇编出版。保密的学位论文在解密后适用本规定。

本学位论文属于

1、保密（ ），在 年解密后适用本授权书。

2、不保密（ ）

（请在以上相应括号内打“√”）

作者签名：

日期： 年 月 日

导师签名：

日期： 年 月 日

厦门大学博士论文摘要库

内容摘要

《良友》是旧上海一份极具盛名的画报，这份曾经风靡上海乃至全中国和东南亚的刊物，在中国新闻传播史上却仅有只言片语聊以记录，着实委屈。然而，历史曾经将它忘记，却不会永远将它忘记，当繁华逝去，却褪不去金子的光芒。

《良友》曾经用最先进的印刷技术，最丰富的图画表现手法生动的记录着那个时代，《良友》中蕴含的研究养料实在太多，近年关注《良友》的人越来越多，来《良友》掘宝的研究者也越来越多。

本文仅从广告的角度切入，便好似翻开一幅绚丽的画面。本文采用了文献研究为主，历史计量分析为辅的研究方法，样本选择为《良友》从创刊到抗战爆发（1926-1937 年）期间全部 134 期杂志，获得可供研究的广告样本 2508 则。此外笔者还多渠道的搜集了大量其他相关资料，结合历史学、社会学、传播学、广告学等多学科知识，对《良友》广告做了系统深入的研究。

《良友》无疑是近代广告鼎盛时期最好的广告样本。它所经历的年代，刚好是中国近代广告鼎盛时期。这是一份大众定位，远销海外，影响过一个时代的中国人和全世界华人圈的杂志，也是一份善于商业运作以刊养刊的杂志，当时愿意在《良友》上刊载广告的各类商家甚多，因此，《良友》的广告面貌基本可以反应它所属时代的杂志广告大致面貌。作为一份格调较高、印刷精良、注重影响的画报，其所刊载的广告也是经过严格审核，精心编排的，可以说《良友》所选择刊登的广告必定是那个时代印刷广告的出色代表。在广告经营上，《良友》的实践也在当时获得了相当的成功，某些经营策略也依然值得我们今天借鉴。不仅如此，《良友》广告更从深层次上展现出旧上海作为一个“摩登都市”样本的社会图景。解读这些广告，是理解大上海十里洋场的又一途径，从中甚至可以看到三十年代中国社会的一个缩影。

关键词：良友；近代广告；摩登上海

ABSTRACT

The Young Companion was established in 1926 and was one of the most influential media for Chinese people all over the world. It covered information concerning social development, politics, culture, art, drama, film and attractions in China. Regarded as “Encyclopedias of 1930s’ Shanghai”, its readers covered a wide range of different strata included workers, capitalists, teachers, students, celebrities, townsfolk and so on. Indubitably *the Young Companion* provides us with abundant materials for research on modern history.

This study is on advertisements in *the Young Companion*. Hoping to get an all-around review, this study takes all 134 Pictorials from 1926 to 1937 as samples, and 2508 advertisements are available. Literature analysis and historical quantitative analysis are adopted in this study.

The Young Companion not only showed editorial excellence, but also knew media management well. It carried diverse advertisements in various forms in each issue. And most of the advertisements were global leading brands such as Colagates and Kodak film. To a certain extent, those advertisements might well reflect the top-ranking advertising originality in those days. Furthermore, the media management experience of *the Young Companion* could be used for reference today. And interestingly enough, *the Young Companion* was like the “face” of charming *Shanghai*. Likewise, advertisements in *the Young Companion* were just reflections of the modern city. Those advertisements would take you back to the exquisite *Shanghai* almost a century ago.

Key Words: *The Young Companion*; Advertisements in Modern China;
Modern *Shanghai*

目 录

第一章 绪 论	1
第一节 研究背景	1
第二节 研究目的、方法及框架	3
第二章 近代报刊广告研究综述	6
第一节 近代报刊广告发展概览	6
第二节 综合性研究成果中的近代报刊广告	7
第三节 近代报刊媒体个案研究	9
第四节 近代杂志广告研究与《良友》杂志的相关研究	10
第三章 作为广告媒体的《良友》	12
第一节 《良友》简介	12
第二节 《良友》的定位与市场影响力	14
第三节 《良友》的广告编辑	16
第四节 《良友》的广告读者	19
第五节 《良友》的广告概貌	20
第四章 《良友》广告创意	24
第一节 什么是好创意	24
第二节 《良友》广告创意	25
第五章 《良友》广告经营观	33
第一节 商业运作重广告	33
第二节 多元经营广开源	34
第三节 读者至上重影响	35
第四节 自我推介巧宣传	38
第六章 《良友》广告视野中的民国社会	40
第一节 拼贴一张都市文化情景图	40
第二节 透露转型期的思想矛盾	42
第三节 展示职业教育新发展	44

第四节 呈现商业经济新特点	47
结 语.....	50
参考文献.....	52
附 录.....	54
后 记.....	59

Contents

Chapter 1	Introduction	1
1.1	Backgrounds	1
1.2	Purpose, Methodology and Frame	3
Chapter 2	Documentary Summary of Modern Newspaper and Magazine Advertisements	6
2.1	A General Review.....	6
2.2	Comprehensive Studies.....	7
2.3	Case Studies	9
2.4	Studies on Modern Magazine Advertisements and <i>the Young Companion</i>	10
Chapter 3	<i>The Young Companion</i> as a Medium of Advertising.....	12
3.1	Introduction of <i>the Young Companion</i>	12
3.2	Position and Influence	14
3.3	The Advertisement Editors	16
3.4	The Advertisement Readers.....	19
3.5	A General Review on Advertisements on <i>the Young Companion</i>	20
Chapter 4	Advertising Concept in <i>the Young Companion</i>	24
4.1	Desirable Criteria of a Creative Advertisement.....	24
4.2	Creative Concept of Advertisement in <i>the Young Companion</i>	25
Chapter 5	Advertising Management of <i>the Young Companion</i>	33
5.1	Advertisements Played an Important Role.....	33
5.2	Diversified Operation was Adopted in Management.....	34
5.3	Great Efforts Made for Readers.....	35
5.4	Self-worth was Publicized by Many Means.....	38
Chapter 6	The Modern Society in the View of Advertisements in <i>the Young Companion</i>	40
6.1	Daily life in the Modern City	40
6.2	Contradiction ideas In the Social Transformation Period	42
6.3	New Developments of Vocational Education in Modern China	44
6.4	New Features of Economy in Modern China	47

Conclusion	50
Reference.....	52
Pictures Attached	54
Postscript	59

厦门大学博硕士论文摘要库

第一章 绪论

第一节 研究背景

中国近代是一段特殊的历史转型期，对于中国广告业，也是发展的一个关键时期。其一，列强的坚船利炮轰开中国国门，左右着中国的政治大局，海量的外国商品涌入中国，中外企业之间，外国企业与外国企业之间竞争超常激烈，加上“新经济学说之输入，足以促华商之觉悟，使具国际之知识，而渐启其从事企业之思想^①”，广告，作为一种强有力的竞争手段，渐成为中外企业迫切之需要。其二，在这一时期大众媒体尤其是报刊媒体也随着西方列强的入侵而传入中国，中国的新式传媒业则在外国传媒业的挤压及清政府的迫害中生存发展，且生命力愈加强盛。广告学者黄升民曾指出，“在中国，近代广告是与近代新闻引进同时产生的^②”，虽然早在报刊媒体出现之前，中国就有了各式各样的广告活动，然而报刊新闻媒体对于中国近代广告业却起着举足轻重的作用。

报刊身体力行的培养着近代企业的广告意识和营销习惯，报刊广告一片欣欣向荣，也给现代研究者提供了研究的原材料，越来越多的研究者涉足报刊广告研究领域，越来越多的报刊媒体个案也成为大家聚焦的对象。中国近代新闻传播史上历史最长影响最广的《申报》自不待言，还有《新闻报》、《上海新报》等等，杂志方面《生活》周刊、《东方杂志》等知名杂志也有相关研究。

然而，很少有人注意到在中国近代历史上同样产生过深远影响，同样甚至更加善于广告经营的一份刊物。作为一份定期出版的画报，很长一段时间里它依然徘徊在中国期刊杂志研究的视野之外。但金子总会在历史的洗练中越发显现出本色的光芒，就如评论家李辉所言，“消失多年，被人忽略，这是它的委屈。一旦人们有机会重新翻阅它，便会发现它的美妙。”这，就是《良友》。

创刊于1926年的《良友》，可以说是二十世纪二三十年代具有代表性的印刷出版媒介，每月一刊，以摄影照片和绘画图片为主要表达形式，内容囊括新闻、文学、艺术、生活、时尚、电影各个方面，可谓包罗万象。《良友》出版之初，

① 戈公振，中国报学史[M]，上海：上海古籍出版社，2003年8月，第138页。

② 黄升民，广告观[M]，北京：中国三峡出版社，1996年1月，第18页。

只是雇用报童街头叫卖，然而初版三千，在两三天内几乎全部销光，广州、香港、澳门等地书店也争相订购，一两年里，达到“凡有华侨旅居之处，无不有《良友》画报^①”。良友的读者的也是涵盖社会各个阶层，老幼妇孺、知识分子、工人阶级、中产阶级……随时可见捧着《良友》的读者。

2007年6月15日，由中国新闻史学会和中国人民大学新闻与社会发展研究中心联合举办的“良友论坛”以及《良友》珍贵图片实物展，在中国人民大学文化大厦举行。论坛上，方汉奇先生指出，对一家媒体进行深入研讨，有利于中国新闻史研究的深入开展，对业界实际工作也大有裨益。《良友》是中国新闻史上办得最成功的，影响最大的，声誉最隆的一家画报。它的代售处遍及全世界，堪称中国现代新闻出版史上出版时间最长，发行范围最广，发行数量最大，报道信息最及时，内容最丰富的一部大型综合性新闻画报。对这样一家画报进行研究，意义非常重大^②。中国现代史学会副会长南京大学张宪文教授也曾评价：“它的重印出版，不仅可以让更多的人回顾《良友》存在的历史时代，继承和发扬那个时代人们不断奋进、力图改变中国落后面貌的可贵精神，同时，亦为历史学的研究、各种社会问题的研究，提供丰富形象的一手资料。”对《良友》的个案研究，于中国广告史研究也是具有积极意义的。

《良友》可视为研究近代杂志广告的典型案例。它所经历的年代，刚好是中国近代广告鼎盛时期。这是一份大众定位，远销海外，影响过一个时代的中国人和全世界华人圈的杂志，也是一份善于商业运作以刊养刊的杂志，当时愿意在《良友》上刊载广告的各类商家甚多，因此，《良友》的广告面貌基本可以反应它所属时代的杂志广告大致面貌。而作为一份格调较高、印刷精良、注重影响的画报，所刊载的广告也是经过严格审核，精心编排的，可以说《良友》所选择刊登的广告必定是那个时代印刷广告的优秀代表。同时，《良友》本身作为一种优秀的广告媒体，还有很多可圈可点之处值得我们深入研究，也能予现代杂志广告经营运作良多启发。

① 马国亮，良友忆旧：一个画报与一个时代[M]，北京：三联书店，2002年1月。

② 资料来源：中国人民大学新闻与社会发展研究中心，“《良友》画报与二十世纪新闻出版文化学术论坛”综述[Z]，<http://www.rdxwjd.org/displaynews.asp?id=174>，2007-07-22。

第二节 研究目的、方法及框架

一、研究目的

就如鼎盛时期的《良友》本身曾被历史忽略过一样，到目前为止，对《良友》画报广告的研究甚少。本文的初衷便是弥补这一遗憾，也算是对这份当年叱咤风云的杂志的致敬和缅怀吧。本文沿着《良友》画报的发展脉络，以广告为源点，展开系统深入研究，主要目的有二：

其一，试图从这史海一页，探寻以《良友》为代表的中国近代广告黄金时期的杂志媒体广告经营和创意水平，并从《良友》广告实践的成败得失中获取值得当今期刊杂志广告经营借鉴的经验与教训，即求达到梁启超在《中国历史研究法》中所说的“求得真事实，予以新意义，予以新价值，供吾人活动之资鉴”。

其二，从《良友》广告的万花筒中，探得上个世纪二三十年代中国社会的侧影，为包括广告史在内的中国近代史研究提供一个新的视角。

也希望借此能抛砖引玉，期待《良友》获得更多研究者的关注。

二、研究方法

本文的课题当属于中国广告史研究范畴，而广告发展史也是中国社会发展史的组成部分，因此，为达到研究目的，本文偏向于借鉴历史学研究方法，落实到具体研究方法上，主要是文献研究，并辅以历史计量分析法为分析研究提供数据支持。

1、文献研究

所谓文献，即以书籍、实物、声像材料以及以软件、光碟、网络等为载体记录下来用于保存和传递信息的各种资料。文献研究则是指根据一定的目的，通过搜集和分析文献资料而进行的研究。

本文所收集的文献资料按照内容划分主要有三类：

一类是《良友》杂志研究样本。本文选取《良友》从创刊到抗战爆发（1926—1937年）期间全部 134 期杂志，获得可供研究的广告样本 2508 则。《良友》1926 年创刊于上海，民国期间共出版 172 期画报及 2 期特刊，发行遍及海内外 27 个国家和地区，现仍在香港出版。回首《良友》坎坷沧桑的历程，大致可以分为三个阶段：（1）1926—1937 年，这是《良友》的辉煌时期，在民国社会经济短暂的

黄金期，在出版业繁荣的大上海，《良友》成绩不俗；（2）1937—1945年，战时办刊期，遭遇战争，《良友》命运多舛，出刊断断续续，内容主要为抗战服务；

（3）战后至今，尚且称为后良友时期。停刊后，创办人伍联德于1954年在香港又出版了《良友》海外版，至1968年，伍联德因健康原因，《良友》再度停刊。1984年，伍联德的大公子伍福强又将《良友》复刊，至今仍在香港出版。一般意义上所说的《良友》，多指1945年10月停刊之前所出版的《良友》。无论是从时间上和内容上，第一阶段的期刊应该说最有研究价值，至少对于本文来说是如此。需要说明的是，由于条件所限，加上全套的《良友》原本如今也是硕果仅存，因此本文采用的样本并非原件，而是1986年上海书店的影印本。

第二类，主要是《良友》杂志的相关文献，包括长期以来对于《良友》各个方面的研究论著，以及《良友》相关的文集、编辑回忆录、良友集团的其他出版物等，借此对《良友》有个更为立体的考察。

第三类，为近代中国，尤其是近代上海政治、经济、文化、教育等多方面的史料。广告实物与相关史料，互为印证。这也利于将《良友》置于时代大背景中，探寻现象之因果牵连，多角度看待和研究问题。

2、历史计量分析

历史计量分析方法，又称计量史学或历史定量分析方法。即指运用数学方法、统计学方法和电子计算机技术，通过各种数据关系，揭示和认识历史的一种方法。古人治史即有计量统计的先例，马克思、恩格斯在他们的研究及著作中，也成功地运用了统计方法和数学分析方法。

计量分析方法在本研究中虽然只是辅助研究方法，但也是不可或缺的。正如马克思所说，“一种科学，只有在成功地运用了数学时，才算达到了真正完善的地步。”计量分析为研究提供了强有力的数据支持，同时是研究顺利开展的启发之源。

需要说明的是，由于条件所限，本文采用的样本并非原件而是上海书店1986年版影印本，在直观属性如纸张、色彩、版面大小等都与原版有些许出入，所以在研究分析尤其是在计量分析时难免出现误差，比如，影印本有时为在内页加入期刊目录而压缩本页广告面积，因此广告面积的计算便会与实际发生误差。本文只能尽量控制误差于可接受范围内，并在易出误差处以注释方式说明。至今为止，《良友》的相关研究成果为数尚少，就是相关的历史资料也不多，因此也给本文

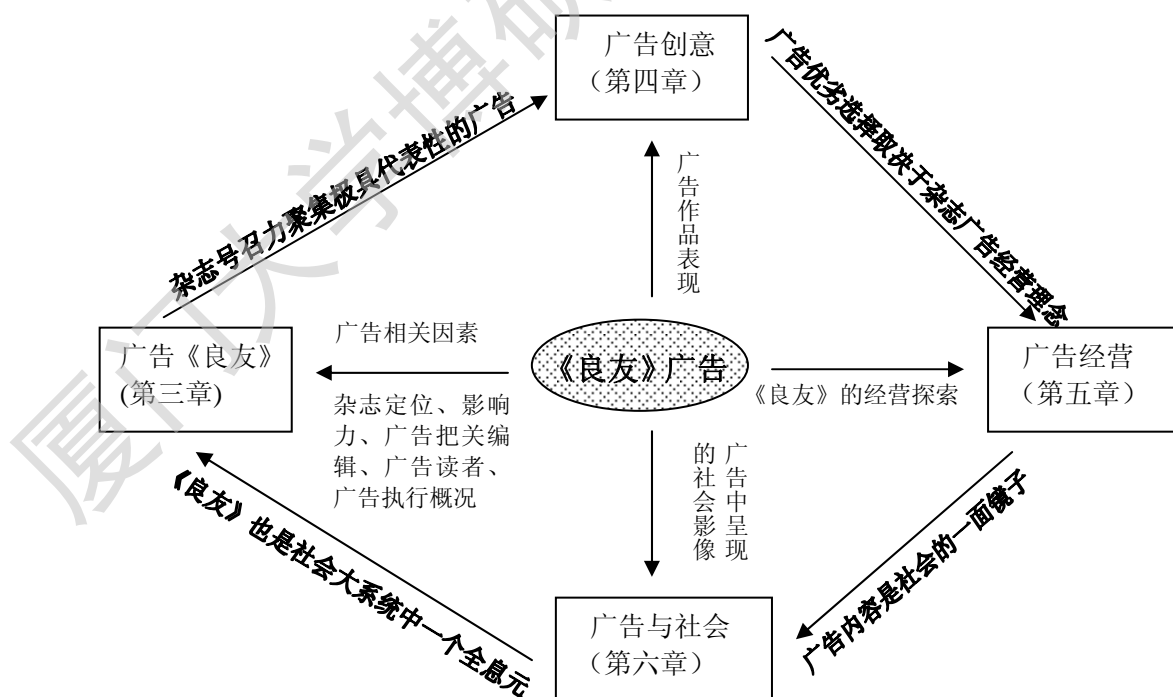
的材料搜集和考据带来一定困难，加上笔者才疏学浅，研究必有疏漏之处，还望老师多多批评指正。

三、研究框架

钱穆在《略论治史方法》中谈到，“治史者当先务大体，先注意于全时期之各方面”，而忻平教授借鉴生物学上的全息理论，也提出“全息史观”的概念，认为“全息元是全息体的缩影或反映。当我们截取历史长河中某一段或撷取某一朵浪花时，必须充分认识到这个全息元包蕴与浓缩着这个时代的与社会的部分或全部信息与密码，各以其不同的全息特化而呈现出不同的特征，具有相对的独立性而与全息体同构互动”。这与系统论的理论思想不谋而合。

系统论强调相互联系和整体观念，在系统论的思想指导下，笔者在研究中本持宏观、动态、发展的态度，并未将《良友》视为孤立的个体，而是将它置于所处的大时代中，将其视为社会一个全息元，因此在对史料抽丝剥茧过程中，重点考察其本体、与其相关联的各个要素以及所处环境之间的互动关系。

本文的结构设计大致如下图：



本文虽从多个方面对《良友》广告作了系统研究，但并不代表这便是从《良友》广告中所能挖掘的全部，此研究框架并非一个完全封闭的系统，《良友》是一个丰富的研究宝库，期待研究者们更加深入的探寻和更有广度的延伸。

第二章 近代报刊广告研究综述

第一节 近代报刊广告发展概览

《良友》出生的年代正是中国近代商业化、工业化发展的黄金时代，也是我国广告发展第一个高峰期，我国现代广告的启蒙期。这一时期，各种广告手段层出不穷，除了利用报纸、杂志、广播等大众传媒之外，还有很多五花八门的传播方式，如霓虹灯广告、月份牌广告、墙体广告、传单广告、车船广告、邮政广告、橱窗广告、路牌广告、剧场广告、空中广告等等，即使是传统的招牌、幌子、实物、旗帜等广告方式也有了新的面貌。从繁华都市到穷乡僻壤，广告无孔不入。这一时期外商为增强竞争力，都自办了广告部，如 1902 年在上海成立的英美烟草公司。二十世纪二十年代前后，本土广告公司也纷纷成立。时代也培养出一批优秀的广告画家，如胡伯翔、倪耕野、梁鼎铭、周慕桥、郑曼陀、杭穉英等等。广告已经渗入普通大众的日常生活，广为人们所接受，这些广告在传播广告信息的同时也给人们带去新的时尚信息和进步思想观念。起步于民国初年的中国的广告学研究和教学活动^①又有了新的进展，有研究者收集整理，统计出国内目前可以查到的民国时期广告研究的译著、专著和论文共有 43 本/篇，其中广告学概论 23 本，广告心理学 2 本，广告图集 4 本，专项广告研究 1 本，广告史 2 本，涉及到广告学研究的新闻学著作有 2 本，论文 7 篇，广告宣传品 1 本，丛刊 3 份^②。

改革开放后，中国广告业迎来新的春天，广告事业蓬勃发展，广告理论研究也有了可圈可点的成绩。近几年，随着越来越多的近代广告史料的发掘，人们渐渐为上个世纪初那些也许还带着残边断角却依然难掩花容月貌的老广告所折服，为上个世纪初人们的广告智慧拍手称叹，民国广告的研究也渐渐成为近年的热点。

在当时的大众媒体中，自然是报刊唱着主角，报纸所到之处，即广告所及之地^③。随着近代报刊的绚丽斑斓的成长，近代广告业也进入了它的黄金时代。其实中国近代广告与报刊媒体有着久远的渊源，在广州出现的第一家英文报纸，

① 赵琛，中国广告史[M]，北京：高等教育出版社，2005 年 10 月，第 322 页。

② 郭瑾，民国时期的广告研究及其当代意义[J]，《广告大观》理论版，2006 年第 6 期，第 100 页。

③ 赵琛，中国广告史[M]，北京：高等教育出版社，2005 年 10 月，第 304 页。

Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to etd@xmu.edu.cn for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库